Overgewicht

Maatregelen die bijdragen aan gezondere voeding en meer bewegen zijn momenteel veelal gebaseerd op zelfregulering of publiek private samenwerking. Er is geen bestaand wettelijk kader voor mogelijke wettelijke maatregelen. Hiervoor zouden andere opties moeten worden verkend, zoals de mogelijkheden binnen de Warenwet, de Mediawet (OCW), de Drank- en Horecawet, prijsmaatregelen (Fin), etc. Hieronder opties die in de wetenschap en het veld (en aan de preventietafels) worden genoemd.

Product- en reclamemaatregelen

1. **Suikerhoudende frisdranken waaronder energiedranken: belasting verhogen ten opzichte van gezondere dranken.**
   Op alcoholvrije dranken zoals frisdranken, vruchten- en groentesap, mineraalwater en limonade wordt een verbruiksbelasting geheven (Wet op de verbruiksbelasting van alcoholvrije dranken). Eerder bestond er een differentiatie waarbij het tarief voor frisdranken hoger was dan het tarief voor mineraalwater maar recent geldt voor alle alcoholvrije dranken één tarief. Dit is gelijk getrokken vanwege vereenvoudiging van het belastingstelsel, maar draagt niet bij aan de doelstelling om overgewicht tegen te gaan. [redacted]
   11.1
   De WHO beveelt dit aan als een van de effectieve maatregelen tegen overgewicht.

2. **Productverbeteringsnormen**
   In januari 2014 is het Akkoord verbetering productsamenstelling gesloten waarmee de minister van VWS en de brancheorganisaties van supermarkten en groothandel (CBL), levensmiddelenindustrie (FNLI), horeca (KHN) en cateraars (Veneca) afspraken hebben gemaakt om het productaanbod te verbeteren. Het blijkt dat met het huidige tempo de ambities van het Akkoord voor 2020 niet gehaald worden. De Wetenschappelijke Adviescommissie (WAC) geeft aan dat meerdere afspraken niet ambitieus genoeg zijn. Het akkoord loopt tot en met 2020. [redacted]
   11.1

3. **Beperking marketing ongezonde producten gericht op kinderen**
   Er is veel discussie over specifiek op kinderen gerichte levensmiddelenreclame. De voedingsindustrie (FNLI) heeft hierover op basis van zelfregulering specifieke afspraken gemaakt in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV, artikel 8 e.v.). VWS monitort de naleving van de code. .
   Er is aanhoudende discussie over aanscherping van de code en verdere beperking van marketing gericht op kinderen.
   11.1 [redacted]

Gezonder aanbod op scholen en in de horeca

1. **Meer watertappunten en verplicht drinkwater op de kaart in de horeca**
   - Verplichten van watertappunten op school
   - Drinkwater verplicht in horeca